

قسم علوم الاعلام و الاتصال

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

دور موقع الفيسبوك في الترويج للسياحة الصحراوية في الجزائر
دراسة ميدانية لطلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة

مشروع مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس في علوم الاعلام و الاتصال

تخصص: اتصال

تحت إشراف الأستاذ:

طبي رابح

إعداد الطلبة:

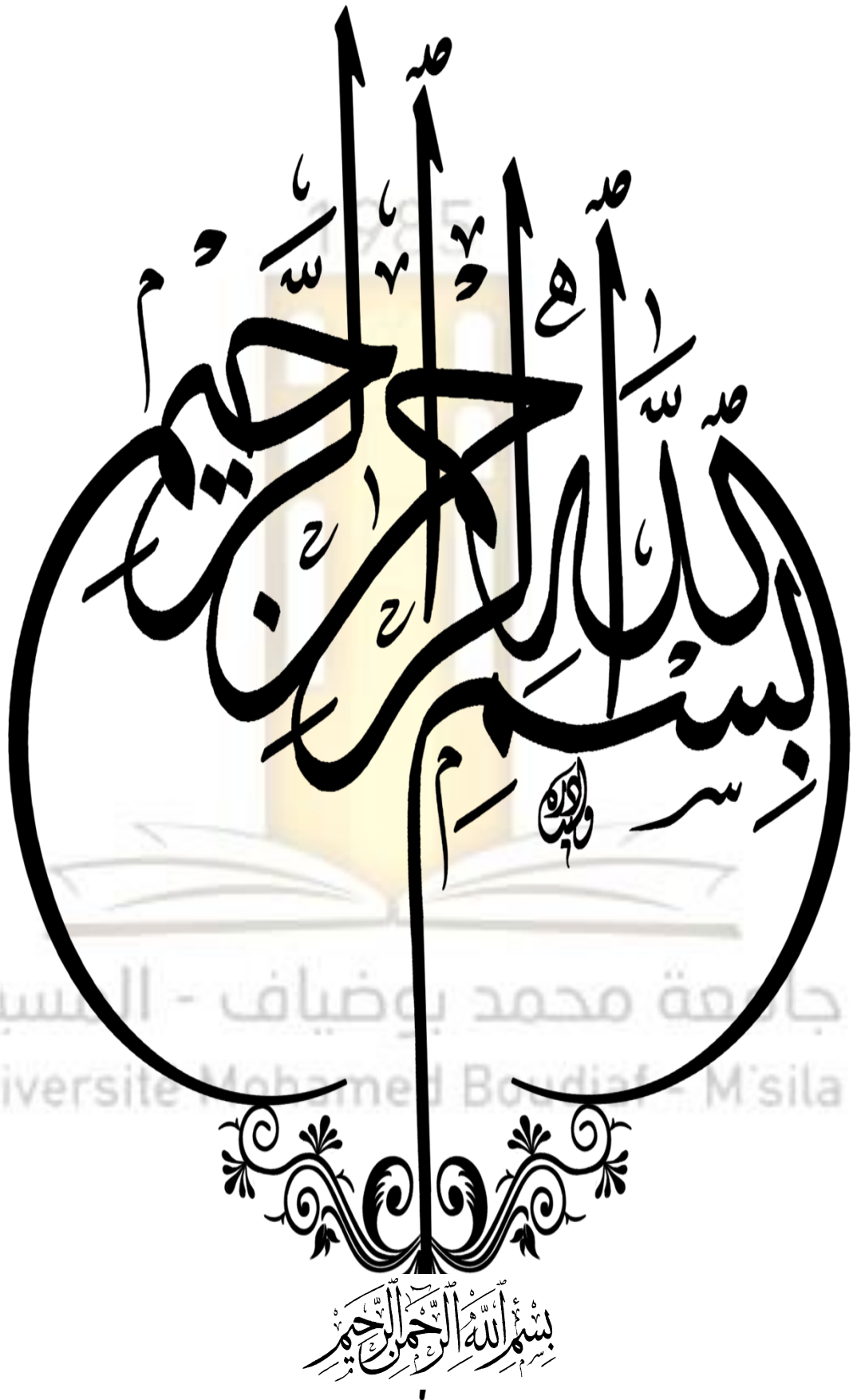
بن قسمية منال

أحميدي محمد

لجنة المناقشة:

الرقم	الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
1			رئيسا
2	طبي رابح		مشرفا ومقررا
3			ممتحنا

السنة الجامعية: 2021/2020



شكر و عرفان

قال تعالى: ﴿ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ ﴾ سورة النمل الآية (19)

في البداية اشكر الله عزوجل الذي وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع كما أتوجه بالشكر الجزيل إلى كل من ساعدنا على إنجاز هذا البحث سواء من قريب أو من بعد
كما يسعدنا ان أتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذ المشرف " طيبي رابح " الذي لم يبخل علينا بنصائحه القيمة التي مهدت لنا الطريق لإتمام هذا البحث.



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

إهداء

نهدي هذا العمل الذي هو ثمرة كفاح وجهد إلى من أحبهم القلب ، إلى كل الأساتذة الأفاضل الذين تكوّننا على أيديهم كل باسمه وبمقامه ، إلى التي جعل الله الجنة تحت أقدامها وجعلها قرّة عين لنا أمّي الغالية حفظها الله ، وإلى من ربانا وتعب من أجلنا إلى أبي العزيز أطل الله في عمره ، وإلى كل أخوتي زملاء الدراسة بقسم الاعلام والاتصال وكل عزيز وغال على القلب والروح كل باسمه ومقامه.



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

الصفحة	فهرس المحتوى
	شكر وعرهان
	الإهداء
أ - ب	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي
04	1. الإشكالية
05	2. فرضيات
06	3. أسباب اختيار الموضوع
06	4. أهمية الدراسة
07	5. أهداف الدراسة
07	6. الدراسات السابقة
10	7. منهج الدراسة
11	8. مجتمع البحث وعينته
11	9. ضبط المصطلحات
	الفصل الثاني: الإطار النظري
	المبحث الأول: ماهية الفاييبوك
	1. المطلب الأول: نشأة الفاييبوك
	2. المطلب الثاني: خصائص الفاييبوك
	3. المطلب الثالث: استخدامات الفاييبوك
	4. المطلب الرابع: تأثيرات الفاييبوك
	المبحث الثاني: السياحة الصحراوية في الجزائر
	1. المطلب الأول: أنواع السياحة الصحراوية في الجزائر
	2. المطلب الثاني: تاريخ السياحة الصحراوية في الجزائر
	3. المطلب الثالث: أهمية السياحة الصحراوية في الجزائر
	4. المطلب الرابع: الثروات والإمكانات السياحية الصحراوية في الجزائر

	5.المطلب الخامس: معوقات السياحة في الجزائر .
	المبحث الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في الترويج السياحي.
	1.المطلب الأول: أهمية الترويج السياحي
	2.المطلب الثاني : خصائص الترويج السياحي
	3.المطلب الثالث: أهداف الترويج السياحي
	4.المطلب الرابع: وظائف وعملية الترويج السياحي ومقومات نجاحه
	5.المطلب الخامس: خطوات الترويج السياحي



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

1985

مقدمة

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

إن الجزائر من الدول الغنية بموارد ومقومات سياحية بامتياز وهي بدورها تسعى للارتقاء بمرافقها والاهتمام بالمقاصد السياحية وفتح المجال أمام الاستثمارات المحلية والدولية غير إن العديد من المختصين الباحثين في السياحة يرون بان مشكلة ترقية السياحة الجزائرية ليست في قلة هياكل الاستقبال والمقومات السياحية بقدر ما هي متعلقة بغياب عنصر الترويج لمنجتها السياحية وما عرفه العالم من تطورات تكنولوجية التي بدورها أحدثت ثورة حقيقية في عالم الاتصال.

حيث تمثل فترة منتصف التسعينات فترة ذهبية أحدثت تغيرات فارقة في مجال الاتصالات والمعلومات بعد التطورات الهائلة والمتسارعة باستخدام الأنترنت التي قربت البعيد والفت المسافات بين الناس وجميع البشر وأصبحت الأنترنت نافذة مفتوحة على العالم والغوص فيها عمل يومي لا يستغني عنه من يريد التواصل مع الآخرين والانخراط في المجتمعات العالمية أو التزود بالمعلومات والبحث عنها بطريقة أسرع.

وقد أصبحت في العقود الأخيرة أهم وسيلة اتصال على الإطلاق وذلك بعد ظهور ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي التي أحدثت بدورها منحنى أوسع مما صنعت لأجله بادئ الأمر إذ أنها فاقت ما كانت تحققه من تواصل بين الأصدقاء والمعارف وقد انفتحت على فضاءات جديدة تشتمل على التواصل بين أبناء المجتمع الواحد وحتى المجتمعات المختلفة.

وقد خلقت بذلك العديد من فرص التسويق الحديثة التي تتصف بالمرونة والسرعة ونقص التكاليف والترويج بمختلف المنتجات والعمل على جذب أكبر شريحة ممكنة من المستهدفين وهي نفسها الشريحة الواسعة المستعملة في هذه التطبيقات التي شملت اغلب مجالات الحياة والأنشطة الاقتصادية وعلى رأسها قطاع السياحة إذا استغلت هذه المواقع للتعريف بالسياحة والترويج لها وخاصة موقع فيسبوك من خلال تداول المعلومات والصور والفيديوهات عن هذه المناطق السياحية ليصيب كل رائد لهذه المواقع سائحا محتملا ومستهلكا خاصة مع وجود ردود أفعال وتعليقات وصور فقد بادرت بعض الجهات السياحية في الجزائر سواء كانت مؤسسات أو أفرادا بفتح صفحات ومجموعات على موقع الفاسبوك تشكل بذلك طيفا على المجتمعات الافتراضية هدفها واحد وهو التعريف ونشر الثقافة السياحية في الجزائر وخاصة السياحة الصحراوية لما تملكه من مقومات فهذه الأخيرة تعتبر من الأنشطة الاقتصادية الحديثة التي تتمتع بأهمية كبيرة

في العالم تقوم عليها اقتصاديات كثير من الدول الكبرى والتي تنطلق من المكانة التي وصلت إليها كصناعة قائمة بذاتها لها مدخلاتها ومخرجاتها.

ومن هذا الأساس حاولنا من خلال دراستنا تسليط الضوء على موقع الفيسبوك وتحديد دوره في التعريف والترويج للسياحة الصحراوية في الجزائر من منطلق عادات وأنماط الاستخدام وكذلك الدوافع وراء استخدام موقع الفيسبوك للترويج للسياحة الصحراوية في الجزائر.

وقد تطرقنا في دراستنا لموضوع السياحة الصحراوية في الجزائر وفق الخطة التالية حيث خصصنا الفصل الأول للجانب المنهجي، والفصل الثاني خاص بالجانب النظري إذ تناولنا في الجانب المنهجي للدراسة إشكاليه الدراسة وأهميتها وأسبابها وعرض الدراسات سابقة لها علاقة بهذه الدراسة كما تم من خلالها عرض الخلفية النظرية وفرضيات الدراسة وتحديد المصطلحات والمفاهيم ومنهجها وأدواتها ومجتمع الدراسة وعيناتها.

أما الإطار النظري تناولنا ثلاثة فصول الفصل الأول خصصناه بموقع الفيسبوك من ماهية وتعريف وخصائص، أما الفصل الثاني فهو خاص بالسياحة الصحراوية في الجزائر وللسياحة الصحراوية في الجزائر من تاريخ السياحة في الجزائر وأهميته والإمكانات والثروات إلى المعوقات التي تواجه السياحة الصحراوية في الجزائر.

أما الفصل الثالث: فهو خاص بالسياحة الصحراوية في الجزائر من خصائص وأهداف.

وفي الأخير تطرقنا إلى الجانب التطبيقي حيث تم توزيع الاستمارة على العينة القصدية لطلبة أولى ماستر وصولا إلى مجموعه من النتائج.

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

الإطار المنهجي

1985



جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

1. الإشكالية:

إن كل ما جاءت به التكنولوجيا من تطورات في هذا العصر خاصة في مجال الإعلام والاتصال قد عرفتنا على أفاق حديثة ومتطورة وحدثت تغيرات غامقة عميقة في مختلف مجالات الحياة البشرية الثقافية والفكرية والاجتماعية واثرت تأثير مباشر على كافة أنماط الاتصال الإنساني حيث جعل العالم قرية صغيرة وأصبح من العوامل الهامة في تسريع ودفع عجلة التنمية الاقتصادية لذلك تدخلت تلقائيا في النسيج الاقتصادي والاجتماعي لتمييزه بالعديد من المزايا والتطبيقات الرقمية من أهمها مواقع التواصل الاجتماعي التي تتميز بسهولة استعمالها والقدرة على التجول فيها بدون وقت محدد أو مكان معين بالإضافة إلى إمكانية التفاعل والمشاركة .

ولعل من أبرز التطبيقات الحديثة وأكثرها استعمالا وانتشارا في الجزائر الفيسبوك حيث أصبح بمثابة قناة للتواصل بين الأفراد والجماعات غير محددة أي تعدت الخطوط الجغرافية والعرقية فهو يعتبر المنصة الأشهر والأكثر تفاعلا وهذا ما يميزه لتوفره الكثير من الخصائص التي تحظى بها مواقع التواصل مثل إمكانية الحشد الجماهيري ويوظف موقع فيسبوك لتحقيق أهداف أو أغراض خدمتية لإمكانيته في مشاركة ما نريد على أوسع نطاق عبر تبادل الصور والفيديوهات أو النصوص والصوت وكل ما نود التسويق له لأنه نقطة وصل تهدف إلى الربط الشبكي بين ملايين الأفراد من طرف محترفين أو هواة ونشر عالمي بكافة أنواع الوسائط وبما انه حظي باهتمام واسع فقد استغله مقدمي الخدمات كونه وسيلة من وسائل التسويق والترويج لأنه يضمن التفاعل الإيجابي وذلك بمعرفة المتواصلين فيه من خلال المتابعة وتبادل المحتويات مثل المهتمين بالسياحة .

حيث تتنوع السياحة وتعدد وذلك لأهميتها وخاصة في هذا العصر ومن أبرز أنواع السياحة الصحراوية اعتبارا بالمساحة التي تشغلها مناطقها ومناخها ومجتمعاتها كما إن السياحة الصحراوية أصبحت خيارا اقتصاديا واجتماعيا مهما لتمييزها عن باقي الأنواع الأخرى من السياحة لتنوعها الطبيعي والبيئي باعتبارها نموذج بيئيا بجميع أوصافه لذلك أصبح هناك اهتمام بهذا النوع من السياحة ووضعت خطط واستراتيجيات لتطويره وترقيته لأنه وصل لدرجة إن يكون نموذج تنمويا بديل والاعتماد عليه كمورد اقتصادي حديث النشأة يهدف إلى تحقيق التنمية المستدامة.

وتبرز أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التنمية والتغيير من خلال الوعي والحاجة إلى تسخير تلك المواقع كأداة للتعريف بجميع المنتجات والخدمات من طرف المنظمات فصناعة السياحة هي أكثر الصناعات نموا في معظم الدول العالم لذا فاعل وجل دول العالم على حسب تقدمها تولي صناعة السياحة أهمية كبيرة على اعتبار أنها قاطرة للتنمية

الاقتصادية لمساهمتها الظاهرة والمباشرة فالنتاج المحلي لتلك الدول بنسبة عالية والجزائر تمتلك من المقومات والتنوعات كالسياحة الصحراوية التي تزخر بتما ما يؤهلها لتصير وجهة ومقصد سياحي بامتياز فاهتمام الجزائر بالترويج السياحي لهذه المقومات بتنوعها لتحفيز السياح على زيارتها لما لها من وسائل جذب واستقطاب وهنا يأتي دور المؤسسات السياحية ومواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك في التعريف بمقوماتها وسياحتها الصحراوية لأنه يحظى ويملك متابعة كبيرة ومصداقية لتمييزه بمشاركة الصور والفيديوهات والبث المباشر وغيرها فقد نجح في دعم فكرة التواصل مع الأفراد والأصدقاء والحفاظ على العلاقات بين الأفراد وهي الفكرة التي انطلق منها موقع فيسبوك من البداية ومهد الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعاون وتبادل الآراء والأفكار خاصة في مجال السياحة ومن هذا المنطلق المتناول يمكن طرح التساؤل التالي:

ما هو دور موقع الفايسبوك في الترويج للسياحة الصحراوية في الجزائر؟

وللوصول إلى أجوبة لهذا السؤال الرئيسي وجب تفكيكه لمجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالتالي:

1. ما مدى استخدام موقع الفايسبوك كدليل سياحي؟

2. كيف يؤثر موقع فيسبوك على جذب واستقطاب السياح في الصحراء الجزائرية؟

3. ما مدى الاهتمام بالسياحة الصحراوية في الجزائر؟

2. فرضيات الدراسة:

الفرضيات العامة:

لموقع الفايسبوك دور مهم وفعال في الترويج للسياحة الصحراوية الجزائرية.

الفرضيات الجزئية: Université Mohamed Boudiaf - Mitis

1. إن رواد موقع الفايسبوك يستعملونه لأجل اكتشاف أماكن سياحية جديدة عليهم.

2. إن موقع فيسبوك قد سهل في التعريف بالسياحة الصحراوية وساهم في بناء هذه الثقافة الحديثة.

3. أسباب اختيار الموضوع:

إن كل باحث في دراسة علمية يدفعه بعض من الغموض الذي يثير في نفسه الفضول وتجعله في محاولة مستمرة لاكتشاف ووصف وتحليلها هذه الظاهرة واهم الدوافع والأسباب التي تثير الباحث وهي التي تكون غالبا موضوعية

الأسباب الموضوعية:

من اجل العمل على استغلال موقع الفيسبوك لنشر التوعية والتعريف بمدى أهمية السياحة الصحراوية في الجزائر.

✓ جل الدراسات السابقة أدرجت موقع الفيسبوك في العديد من المجالات تأثيرا وتأثر وغيرها لكن لم تعم بالترويج والتعريف بالسياحة الجزائرية في الصحراء الواسعة التي تحظى بالعديد من المعالم والإمكانات.

✓ في عصرنا الحالي إي اقتصاد بديل الودائع وهذا ما يعكسه ويجسده دور موقع الفيسبوك بالتسويق والترويج للسياحة لتمييزه بالعديد من الخصائص التي تؤهله إن يكون هو المصدر الأساسي في هذا المجال (السياحة).

✓ الوصول إلى نتائج تساهم في تطوير السياحة والاهتمام بها أكثر وكذلك تكون مرجعا أو نقطه وصله لدراسة جديدة متعمقة أكثر في زاوية مختلفة لهذه الظاهرة.

الأسباب الذاتية:

✓ الاهتمام والرغبة في معرفه كيفية مساهمه موقع الفيسبوك في نشر الثقافة السياحية والترويج لها.

✓ شغفنا وميولنا بكل ما يخص السياحة الصحراوية في الجزائر وتوضيح فكره إن للسياحة دور مهم في تحريك العجلة الاقتصادية.

4. أهمية الدراسة:

إن البحوث العلمية أهمية وقيمة واسعة وذلك لتقديم إضافة في مجال البحث العلمي وهو ما يعطيها انطبعا بين مختلف البحوث والدراسات العلمية لتمييزها من دراسة لأخرى وللبحث في موضوع " دور موقع الفيسبوك في الترويج للسياحة الصحراوية في الجزائر " تتسم بأهمية واعتبارات نظرية وعلمية.

الأهمية النظرية:

تحقيق التراكم العلمي والمعرفي من جهة والوصول إلى بعض النقاط والجوانب المهمة في السياحة لاعتبارها مورد طبيعي واقتصادي محلي جديدة وبديل يستحق الاهتمام والتطور المعرفي أي في مجال السياحة.

الأهمية العلمية:

تكمن أهمية الدراسة في إن سياحة هي إحدى الصناعات سريعة النمو في البلدان حول العالم وهي حديثه النشأة إي دخيلة على المجتمعات لأنها أصبحت تلعب دور مهما في التنمية والتوظيف فهي تسهم بشكل أو بآخر في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وذلك بفضل مواقع التواصل الاجتماعي.

5. أهداف الدراسة:

إن الهدف من إي دراسة علمية كانت من اجل معالجة الوقائع وحصر المشكلة وإيجادها واقتراح حلول للعمل بها ومعالجه ما هو حاصل واكتشاف أفاق جديدة وإثراء علمي وهذا من خلال بحثنا هذا نقوم بمحاولة في دراستنا ونسعى جاهدين للوصول إلى بعض الأهداف المراد تجسيدها وهي كالتالي:

- معرفه كيفية استغلال موقع الفيسبوك للتعريف بالسياحة الصحراوية بالجزائر.

- التعرف بالمناطق السياحية ومرافق الخدمات الموجودة في المناطق السياحية الصحراوية عبر فيسبوك.

6. الدراسات السابقة:

إن جل الأبحاث العلمية لا تستطيع المضي قدما والوصول إلا إذا تعاون الباحثون مع بعضهم البعض إي بالكشف عن الحقائق والوقائع فالدراسات السابقة التي تناولت الموضوع أو حتى بعض جوانبه تعد أمراً هاماً في رؤية أفضل للباحث وتوسيع في مجال معرفته التي تخص هذا الموضوع وقد قمنا بالبحث عن بعض الدراسات التي تناولت موضوع مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في الترويج للسياحة في الجزائر.

الدراسة الأولى: بعنوان " دور المواقع التواصل الاجتماعي في التعرف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين".

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية جامعة أم البواقي.

- مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة من إعداد الطالبة فادية حيواني سنة 2015/2016 م.

انطلقت الباحثة من إشكالية دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين حيث تهدف الباحثة من خلال هذه الدراسة عن دور استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها عبر التكنولوجيا الاتصالية الحديثة ولهذا يكون التأثير بشكل كبير على المجتمع والإفراد في حب التعرف والتمتع بهذه المناظر الطبيعية وتمحورت إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين؟

وقد تنتج عن هذا التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية:

ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

ما هي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على السياحة في الجزائر؟

هل حققت مواقع التواصل الاجتماعي اشباعا للطلبة الجامعيين في التعرف على السياحة في الجزائر؟

وانحسرت فرضيات الدراسة فيما يلي:

لمواقع التواصل الاجتماعي دور فعال في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين.

يستخدم الطلبة الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي على أماكن سياحية لم يزورها من قبل.

نجحت مواقع التواصل الاجتماعي خاصة من الفيسبوك في تعزيز ثقافة السياحة في الجزائر لدى الطالب الجامعي.

وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج المسح بالعينة وجمع البيانات اعتمدت في دراستها على ثلاث أدوات دراسية الاستقصاء المقابلة الملاحظة إما مجتمع البحث فقد خصصت في دراستها طلبت قسم العلوم الإنسانية المستخدمون لمواقع التواصل الاجتماعي وقد تم الاعتماد على العينة القصدية تتكون من 94 مفردة وتلخصت نتائج هذه الدراسة فيما يلي:

إن معظم مفردات العينة يفضلون السياحة الشاطئية 30% في حين كانت ادني نسبة للسياحة الجبلية 18%.

نسبه الذكور تخصص مده اقل من ساعة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي على عكس الإناث يخصصون أكثر من ساعة في التصفح حتى 3 ساعات.

الدراسة الثانية: عنوان: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التعريف بالمعالم السياحية لولاية برج بوعرييج.

- دراسة ميدانية على طلبة جامعة البشير الإبراهيمي برج بوعرييج.

- مذكره مكمله لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص الاتصال وعلاقات عامة من إعداد الطالب بلقرع احمد سنة 2017م.

يبتدئ الباحث دراسته انطلاقا من إشكاليه مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التعريف بالمعالم السياحية لولاية برج بوعرييج وهنا حاول الباحث من منطلق أهميه مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها من وسائل الاتصال الجديدة من خلال شبكه الأنترنت التي تسمح وتمكن المشترك أو المستخدم من التواصل مع الآخرين وتقديمها خدمات في العديد من المجالات من أهمها وأبرزها السياحة التي أصبحت ذا أهمية قصوى وموردا اقتصاديا بديلا في زمننا الراهن خاصة الجزائر ومن أهم هذه الأماكن السياحية نجد ولاية برج بوعرييج لتميزها بمعالم سياحية معروفه في ظل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتي أصبحت إعلاما بديلا لتميزه في العديد من الخصائص وقد انتهت الإشكالية بالتساؤل الرئيسي التالي :

ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمعالم السياحية في ولاية برج بوعرييج؟

وقد اندرجت تحته تساؤلات فرعية:

هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للغرض السياحي؟

كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمعالم السياحية لولاية برج بوعرييج؟

ما مدى نجاح مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بمعالم السياحة لولاية برج بوعرييج؟

وذكرت فرضيات الدراسة على النحو التالي:

يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعا للظروف المحيطة والخبرات الخاصة بالجمهور.

نظام ونشاط وسائل الإعلام جزء أو صورة مجزأة للنسق الاجتماعي للمجتمع.

يختلف أعضاء الجمهور في اعتمادهم على وسائل الإعلام بين الصفوة التي تعتمد على مصادر خاصة كالبرقيات أو شريط وكالات الأنباء والتي ليست متاحة لكل الجمهور.

اعتمد صاحب البحث في دراسته على منهج المسح الوصفي كما اعتمد الباحث في هذه الدراسة على استمارة الاستبيان والملاحظة.

ومجتمع البحث هم فئة طلبة جامعه البرج واختيار عينه تتكون من 80 مفردة من طلبة جامعه برج بوعريريج.

وتلخص دراسته بالحصول على بعض النتائج التالية:

اغلب المبحوثين يهتمون بالجانب السياحي بنسبه 46 %.

اغلب المبحوثين راو بان مواقع التواصل الاجتماعي توفر معلومات عن الشأن السياحي.

اغلب المبحوثين يرون بان مواقع التواصل الاجتماعي دور فعال في التعريف بالمعالم السياحية لولاية البرج.

كان رأيهم أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تحفيزهم أكثر للسياحة.

7. منهج الدراسة:

حتى نتوصل إلى بعض الحقائق يجب إتباع منهج تتوفر فيه مجموعة من القواعد والأنظمة يلتزم بها الباحثين في مختلف المجالات العلمية والمعرفية الإنسانية.

وأما فيما يخص دراستنا هذه حاولنا تحليل عناصرها وتجاوزنا الوصف لهذا الموضوع لان الوصف لا يخلو من إي دراسة.

وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي وهو ما نرى بأنه مناسب لموضوعنا كما يعرف بأنه دراسة للظروف الاجتماعية التي تؤثر في مجتمع معين سواء كان مجتمع أو المقاطعة أو الدولة أو الأمة يقصد الحصول على بيانات ومعلومات كافيه يمكن الاستفادة منها في وضع وتنفيذ مشروعات إنسانيه للإصلاح الإنساني (بن جابري وزهراني،

2013، ص 27)

ومنه استخدمنا في هذه الدراسة منهج المسح بالاعتماد على عينه وهي طريقه جمع البيانات عن بعض مفردات من مجتمع معين بطريقه قصديه والقيام بدراسة صفات هذه المجموعة ثم تعميم النتائج التي يحصل عليها الباحث بالنسبة للمجتمع الكلي وذلك في حالة اختيار العينة.

8. مجتمع البحث وعينته:

مجتمع الدراسة: وهو المجتمع الأكبر أو مجموعه المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموعة الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته يتم تعميم ونتائج الدراسة على كل مفرداته (شعبان وقطب مُجد، 2021، ص 27).

ومجتمع البحث في دراستنا هم طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة المستخدمين للفيسبوك.

عينه الدراسة: تعرف العينة على أنها مجموعه جزئيه من المجتمع الكلي تحوي بعض العناصر يتم اختبارها منه (عسل، د.س، ص 52).

كما اخترنا في بحثنا هذا عينه نظرا لاستحالة إجرائه على المجتمع الكلي والمتمثل في بحثنا هذا طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال المستخدمين لموقع الفيسبوك والذين لديهم ميول للتعرف على السياحة الصحراوية في الجزائر وقد حددنا مفردات العينة في مفردة فتم اخذ طلبة الأولى ماستر تخصص إعلام واتصال باعتبارهم أكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي ولهم صلة قريبه بموضوع الدراسة.

الأداة: وتستخدم لصنع مادة أو تحقيق مهمة ما وقد يقصد البعض إجراء أو عملية لتحقيق غرض محدد (عزي، 2013، ص 34).

وكما اعتمدنا على الاستبانة أو الاستبيان وهي من أدوات البحث العلمي التي تضم مجموعه من الأسئلة والفقرات التي تكون الغاية منها جمع البيانات من عينه الدراسة (أبو ناصر، 1999، ص 63).

9. ضبط المفاهيم والمصطلحات:

الفيسبوك: لغة: الفيس تعني الوجه وبوك تعني كتاب أو كتاب الوجه (نساوي، عباس، 2014، ص 80)

اصطلاحاً:

هو عبارة عن شبكة اجتماعية إلكترونية يمكن الدخول إليه وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكه خاصه لها.

إجرائياً:

هو موقع يساعد على قطع حاجز الزمان والمكان، ويمكن المستخدمين له من تكوين علاقات، وتبادل مختلف الملفات (صور، فيديوات، ... الخ...)

2/ الترويج:

لغة:

كلمة الترويج تعني التثقيف بالشيء أي تسهيل بيعه.

اصطلاحاً:

يعرفه كوتلر الترويج بأنه النشاط الذي يتم في إطار الجهود التسويقية التي تتخذها المنشأة لتوصيل منتجاتها إلى أذهان المستهلكين وأقنعهم بشرائها (عبد اللي، 2011، ص 19).

إجرائياً:

هي عملية الاتصال بالآخرين هدفها زيادة الطلب لزيادة المبيعات عن طريق التعريف بالمنتج وحث الجمهور للحصول عليه.

3/ الترويج السياحي:

لغة: مصدر روج

اصطلاحاً:

هي تلك الجهود التي تبذل بمختلف وسائل الإعلام والاتصال السمعية والبصرية والشخصية لتوضيح الصورة السياحية للدولة وإبرازها أمام المستهلكين السياحيين المرتقبين وجذب انتباههم لزيارة الدولة (عبد العزيز، 1997، ص 156).

إجرائياً:

هي جهود إعلامية تهدف إلى نقل رسالة عن الصورة السياحية لدولة ما بغرض جذب الجماهير لها.

4/السياحة: لغة:

فاعل من ساح - وسيحانا: سال وجرى فلان في الأرض سيعا وسيحانا.

اصطلاحاً:

عام 1924 عرف العالم السويسري هنزكير وزميله السياحة بأنها مجموعة العلاقات والنشاطات التي تترتب عن سفر من خلال تنقل وإقامة الأشخاص خارج مكان أقامتهم المعتاد، طالما ان هذه الإقامة مؤقتة وطالما هذا التنقل لا يرتبط بنشاط يدخل ربحاً لهذا الفرد (عبد العزيز، 1997، ص 22).

إجرائياً: ان السياحة هي الانتقال إلى أماكن غير الأماكن التي نقيم فيها لوقت قصير بغرض الترفيه.

السياحة الصحراوية:

اصطلاحاً: جامعة محمد بوضياف - المسيلة

إنما الرحلات والزيارات للمناطق الطبيعية الصحراوية من اجل الاستمتاع بمظاهر الطبيعة الخلابة وما يصاحبها من معالم ثقافية وان تحقق مكاسب اجتماعية واقتصادية للمجتمعات (قشوط وكحول، 2016، ص 57).

1985

الملاحق

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال



استمارة استبيان

في إطار إنجاز مذكرة ليسانس تحت عنوان:

دور موقع الفيسبوك في الترويج للسياحة الصحراوية في الجزائر

دراسة ميدانية لطلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة

تحت إشراف الأستاذ:

د. طيبي رابح

إعداد الطلبة:

احمدي محمد

بن قسمية منال

نرجو من سيادتكم الإجابة عن هذه الأسئلة بكل دقة ووضوح وذلك بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة لرأيكم ولعلمكم انه لا توجد أسئلة صحيحة وأخرى خاطئة.
وبإجابتكم هذه تكون قد ساهمتم في إثراء هذا البحث.

البيانات الشخصية

1/الجنس: ذكر أنثى

2/ الفئة العمرية: (19-25)، (29-30)، (أكثر من 30)

3/ المستوى: ماستر 1 ماستر 2

4/ التخصص:"

المحور الأول: دوافع وعادات وأنماط استخدام طلبة ماستر إعلام واتصال جامعة مسيلة للفيسبوك.

1/منذ متى وانت تملك حسابا في موقع فيسبوك

أقل من سنة من سنة الى سنتين أكثر من سنتين

2/ كم حساب تملك في حساب فيسبوك

حساب واحد حسابين اكثر من حساب

1/ كم تملك من صديق :

أقل من 50 من 50 الى 100 أكثر من 100

4/هل تستخدم الفاسبوك يوميا

نعم لا

5/ ما هي الأوقات المفضلة لديك في استخدام فاسبوك

الصباح المساء الليل

6/ كم من الوقت تقضيه في استخدامه

اقل من ساعة ساعة ساعتين اكثر من ساعتين

7/ ما هي وسيلة تصفحك لموقع الفيسبوك

هاتف الذكي الحاسوب اللوحي الحاسب المحمول

8/ ماهي دوافع استخدامك لموقع الفيسبوك

ترفيهه تعليمية اجتماعية

*أخرى اذكرها.....

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام طلبة الماستر لموقع الفيسبوك .

2/ كيف تتعامل مع الإعلانات السياحية التي تظهر على موقع الفيسبوك .

انتفاعل معها لا اهتم بها

2/ هل سبق وان نشرت على حسابك في الفيسبوك مادة تتعلق بالسياحة الجزائرية

نعم لا

3/ اذا كانت إجابتك بنعم فما هي هاته المادة التي نشرتها

منشورات صور فيديوهات

4/ كيف تتفاعل المواد السياحية الصحراوية الجزائرية المنشورة من قبل صداقاتك على موقع

الفاسبوك

اسجل اعجابا اعلق عليها اقوم بمشاركتها اتجاهلها

5/ هل حدث وان طلبة العضوية مسبقا من قبل مجموعة سياحية صحراوية جزائرية على

موقع الفيسبوك

نعم لا

6/ اذا كانت إجابتك بنعم فماهي هذه المجموعات الفيسبوكية

7/ هل سبق وان صرت متابعا لاحد الصفحات السياحية الصحراوية الجزائرية على موقع الفاسبوك

نعم لا

8/ اذا كانت نعم فما هي هذه الصفحات التي تتبعتها

9/ ما الذي جذبك الى هذه الصفحات

-الميل الشخصي للسياحة والأسفار

-محاولة التعرف على المقومات السياحية الصحراوية الجزائرية

-الرغبة في القيام برحلات سياحية إلى المناطق السياحية الصحراوية في الجزائر

10/ كيف ترى تأثير الفاسبوك على السياحة الصحراوية والتشويق السياحي للجزائر

-إثر إيجابي

تأثير سلبي

لا يوجد أي تأثير

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

المحور الثالث: استخدام الفيسبوك في الترويج للسياحة الصحراوية في الجزائر

محايد	لا اوافق	أوافق	الفقرات
			<ul style="list-style-type: none"> - يساهم الفيسبوك في استحداث مواقع سياحية غير معروفة. - يساعد الفيسبوك في مساعدة البحث عن اهم المناطق والمنتجعات الأكثر زوارا . - تؤثر مواقع الترويج على نسبة السياحة - موقع الفيسبوك يحقق اشباعا في التعرف على السياح في الجزائر - الفيسبوك يعزز ثقافة السياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين مقارنة بباقي وسائل الاعلام التقليدية. - الفيسبوك له دور في التعريف بالسياحة في الجزائر - نشر عبر موقع الفيسبوك موارد تتعلق بالسياحة الصحراوية في الجزائر.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

وثيقة ايداع مذكرة ليسانس

الموضوع:

دور موقع الفيسبوك في الترويج للسياحة الصحراوية في
الجزائر (دراسة ميدانية لطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة)

إعداد الطلبة:

- 1- احمد محمد رقم التسجيل: 1435093454
- 2- سية قسومية حنال رقم التسجيل: 181835082619
- 3- رقم التسجيل:

القسم: الاعلام والاتصال الشعبة: اعلام واتصال التخصص: الاتصال
إشراف: طيبه رايح الرتبة: أستاذ مساعد

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2020-
2021 وأسمح بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وامضاء المشرف(ة):



Web site:
Face book:
Tel: 031 25 25 2044

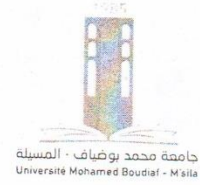
http://virtuelcampus.univ-msila.dz/facshs/
https://www.facebook.com/FshsUnivMsila/
- 25 25 2044

البريد الإلكتروني:
الفايسبوك:



Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2021 /

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): بدا قسمة حنال

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 2023 28012

الصادرة بتاريخ: 2018/01/30 عن دائرة: غيد الملح/المسيلة

المسجل بكلية: العلوم الانسانية والاجتماعية قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال تحت رقم التسجيل: 181835082619

والمكلف بإنجاز اعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماجستير، مذكرة دكتوراه، أطروحة دكتوراه).

عنوانها: دور موقع الفيسبوك في الترويج للسياحة الصحراوية
في الجزائر لدراسة ميدانية لطلبة علوم الاعلام والاتصال
جامعة المسيلة

اصح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2021/05/31

امضاء المعني (ة):

[Signature]

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2021/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): احمد محمد

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 200330912

الصادرة بتاريخ 2016/04/24 عن دائرة: عين الريش

المسجل بكلية: العلوم الانسانية والاجتماعية قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: الاتصال تحت رقم التسجيل: 1435093454

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير اطروحة دكتوراه)

عنوانها: «موقع الفيسبوك في الترويج للساحة الصحراوية في الجزائر دراسة ميدانية لطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة»

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2021/05/31

امضاء المعني (ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

1985

قائمة المصادر والمراجع

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

قائمة المصادر والمراجع:

1. عبد الله شعبان وقطب مُجَّد، مهارة كتابة خطة بحث، جامعة عين الشمس.
2. عسل إبراهيم مُجَّد، التنمية في الفكر الإسلامي، مفاهيم عطاءات المعينات المؤسسة الجامعية، للنشر والتوزيع.
3. عبد الرحمان عزوي، منهجية الحتمية القيمة، 2013.
4. مُجَّد أبو نصار، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، 1999.
5. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، 1997.
6. كشوط الياس، كحول صورية، مقومات السياحة الصحراوية في الجزائر ومتطلبات تنشيطها، 2016.
7. سامي احمد نساوي، مُجَّد خليل عباس، استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك) وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين، 2014.

قائمة المصادر والمراجع: (المقترحة لإنجاز الجانب النظري)

8. إبراهيم مصطفى وآخرون الوسيط المكتبة الإسلامية للنشر والتوزيع تركيا.
9. أثر الفيسبوك على المجتمع مدونه شمس النهضة.
10. احمد الجلاد التخطيط السياحي بين النظرية والتطبيق عالم الكتاب واحد مصر 1998
11. اياد عبد الفتاح النصور أسس التسويق الخدمات السياحية العلاجية المفاهيم دار صفاء للنشر والتوزيع الأردن عمان 2008.
12. خالد عبد الرحمن ال دغيم الإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية دار أسامه للنشر والتوزيع عمان 2014.
13. راضي زاهر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي مجله التربية عدد 15 جامعه عمان الأهلية 2003 عمان.

14. سامي احمد شناوي استخدام شبكه التواصل الاجتماعي فيسبوك التوافق لدى المراهقين مدينه الجامعة مجلد 18 العدد 2 الأردن 2014 ميم.
15. الشاب بلال حسن احمد الفيسبوك دار النخبة للنشر والتوزيع مصر 2017.
16. صالح موهوب تشخيص واقع السياحة في الجزائر واقتراح سبل تطويرها ماجستير تخصص التفسير كليه العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعه الجزائر 2006 2007.
17. عصمت عدلي منال شوقي عبد المعطي مقدمه في الإعلام السياحي دار الوفاء الاسكندرية 2011.
18. علي فلاح الزعبي أداره التسويق الحديث مدخل معاصر دار الميسرة ضد النشر والتوزيع والطباعة عمان الأردن 2015.
19. فؤاد بن غضبان السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق النشر والتوزيع عمان 2015.
20. ماهر عبد العزيز توفيق صناعه سياحه عمان دار زهران للنشر والتوزيع 19 97.
21. محسن بن جابر عوض الزهراني مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه الطلاب التربيه العامة واتجاهاتهم نحوها أطروحة دكتوراه مناهج وطرق التدريس كليه التربيه جامعه أم القرى المملكة العربية السعودية 2013.
22. محمود ياسين ا سوميداي المستهلك وتحليلي دار المناهج للنشر والتوزيع الأردن 2001
23. مريم ناريمان جمعه استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية دراسة عينه مستخدمين الفيسبوك في الجزائر مذكره مكمله شهادة الماجستير جامعه الحاج الأخضر باتنه 2011
2012. Université Mohamed Boudiaf - M'sila
24. وائل مبارزة خضر فضل الله أثر الفيسبوك على المجتمع الطبع واحد السودان الخرطوم 2011 م.



يلة
Uni